

SENA



LA
EMPRESA

RECEPCION

CONTENIDO

INTRODUCCION

INTRODUCCION	5
OBJETIVO TERMINAL	7
1. Clases de Empresas	9
Beneficios	9
Función Social	9
Empresas Según el Sector Económico	11
Empresas Según el Número de Propietarios	11
Empresas Según la Naturaleza de su Constitución	12
2. Estructura Empresarial	15
Estructura del Organigrama	16
Relaciones de la Empresa	18
PRUEBA FINAL	20
BIBLIOGRAFIA	23

INTRODUCCION

Conocer la estructura empresarial y su funcionamiento es de capital importancia para la recepcionista, puesto que ella está en condiciones de:

- . Suministrar la información requerida por las personas que llegan a la empresa.
- . Orientar a los visitantes con el fin de facilitarles la relación con la empresa.
- . Incrementar la confianza en sí misma. La respuesta natural de esta seguridad será una actitud positiva ante la empresa y el público en general.
- . Activar y funcionalizar sus conocimientos técnicos sobre su profesión.

1 CLASES DE EMPRESAS

OBJETIVO INTERMEDIO 1. Al finalizar el estudio de este tema, usted estará en capacidad de enunciar por escrito el sector económico al que pertenece una empresa, según la actividad que desarrolle, y las diferentes formas de clasificar las empresas.

La empresa es una unidad económica compuesta por varias personas que tienen un objetivo común y que se asocian para producir un bien o servicio con destino a la comunidad en la cual se encuentra.

Algunas veces la empresa está compuesta por una sola persona. En todo caso, la venta de los bienes o servicios produce utilidades que pueden reinvertirse o repartirse entre los socios.

Las metas de una empresa están motivadas por dos hechos de gran importancia:

- Los beneficios económicos.
- La función social.

BENEFICIOS

- . Casi todas las empresas comienzan modestamente; sus posibilidades dependen de que prospere la demanda de sus productos o servicios, de su capacidad de conquistar mercados y clientes, y de la organización que se le dé para lograr sus objetivos.

FUNCION SOCIAL

- . Dado el carácter social de las empresas, su existencia tiene razón de ser dentro del complejo ámbito cultural. Ellas reflejan

las preferencias, objetivos y anhelos de la sociedad en que surgen.

El objetivo de toda empresa resulta de su misma filosofía comercial: toda organización persigue un determinado nivel de desarrollo y adecúa a ello su filosofía.

Es ese principio filosófico el que opera como base de la organización y orienta sus objetivos.

Toda organización avanza hacia el logro de las siguientes metas:

- a. Hacer una innovación en los productos o servicios, de acuerdo con las necesidades del mercado en que actúa.
- b. Intentar la penetración en mercados en los que aún no tenga aceptación suficiente.
- c. Intensificar las ventas con base en la aplicación de toda la gama de sus recursos.
- d. Crear una imagen de servicio positiva. Esta imagen será el respaldo del éxito en la gestión comercial.

Las personas encargadas de la dirección empresarial son las que trazan las políticas de la empresa.

Estas políticas constituyen las normas o reglas generales con las cuales se espera alcanzar los objetivos empresariales.

ATENCIÓN:

Para que su trabajo en la Recepción sea eficiente, es importante que usted investigue acerca de las políticas fijadas por la empresa en cuanto a atención e información al público.

Las empresas pueden clasificarse desde diferentes puntos de vista:

- Según el sector económico a que pertenezcan, pueden ser:
 - . Agropecuarias
 - . Industriales
 - . Comerciales o
 - . De servicios

- Consideradas según el número de propietarios, existen:

- . Empresas individuales y
- . Sociedades

- Según pertenezcan al Gobierno o a los Particulares las empresas serán:

- . Públicas o
- . Privadas

EMPRESAS SEGUN EL SECTOR ECONOMICO

Empresas Agropecuarias

Constituyen el sector primario de la economía. Generalmente son fincas ganaderas o fincas dedicadas a la producción agrícola.

Ejemplos:

- Cultivo de legumbres.
- Cría de cerdos.

Empresas Industriales

Estas empresas se caracterizan porque transforman materias primas en otra clase de productos.

Ejemplos:

- Fábricas de llantas.
- Fábricas de gaseosas.
- Fábricas de muebles.

Empresas Comerciales

Se ocupan de la transferencia de

los productos de las empresas industriales al consumidor; es decir, compran mercancías para luego venderlas a un precio mayor sin hacerles ninguna transformación.

Ejemplos:

- Almacenes de ropa.
- Almacenes de calzado.

Empresas de Servicios

Estas organizaciones constituyen el sector más avanzado de la economía. Sus objetivos se orientan hacia la satisfacción de necesidades tanto del individuo como de las empresas mismas. Ejemplos: Transportes. Hoteles. Bancos.

EMPRESAS SEGUN EL NUMERO DE PROPIETARIOS

Empresas Individuales

Se caracterizan porque tienen un solo propietario o dueño quien desempeña personalmente las labores de administración.

Ese dueño responde con sus bienes por las deudas adquiridas por la empresa y también se beneficia de todas las utilidades.

La empresa individual generalmente adopta el nombre de su dueño, acompañado de una indicación de la actividad a que se dedica.

Ejemplo:

Editorial Gilberto García

Pero es también frecuente que adopte un nombre comercial sin mencionar el de su propietario.

Ejemplo:

Editorial Hispano-Europea

Sociedades

Cuando dos o más personas se obligan a hacer un aporte en dinero, en trabajo o en otros bienes apreciables en dinero con el fin de repartirse entre sí las utilidades obtenidas en la empresa o actividad social, se constituye una sociedad.

En Colombia, la constitución de sociedades está reglamentada en el Código del Comercio y sus operaciones vigiladas por la Superintendencia de Sociedades,

que es un organismo del Gobierno Nacional.

Existen sociedades de personas, de capital y mixtas.

EMPRESAS SEGUN LA NATURALEZA DE SU CONSTITUCION

Empresas Públicas

Su objetivo es eminentemente social y son administradas por los diversos estamentos gubernamentales. Se crean y reglamentan a través de disposiciones emanadas del Ejecutivo, es decir, mediante Decreto firmado por el Presidente de la República. No tienen ánimo de lucro y su existencia tiene como objetivo fundamental el facilitar al Gobierno el cumplimiento de su función social y de servicio a la comunidad. El control de estas entidades está a cargo de la Contraloría General de la República.

Empresas Privadas

Por empresa privada se entiende toda aquella que es creada y administrada por particulares,

aportan el capital, disfrutan las utilidades y asumen los riesgos de la actividad de la empresa. Lo anterior no impide que el Gobierno tenga injerencia en ellas. En efecto, toda empresa privada debe constituirse y funcionar en consonancia con las disposiciones legales, principalmente con las contempladas en el Código del Comercio.

Casi todas las empresas que en las páginas anteriores se estudiaron, "según la actividad a que se dedican" y "según el número de propietarios", son empresas privadas.

EJERCICIOS

1. A continuación se presenta una lista de actividades económicas a las que se dedican algunas empresas. Escriba al frente, a qué sector pertenece cada una:

- a. Cultivo de palma africana.
- b. Fabricación de cemento
- c. Cultivo de flores
- d. Fabricación de bicicletas
- e. Compra y venta de ropa
- f. Correo aéreo
- g. Transporte intermunicipal
- h. Fabricación de cajas de cartón.
- i. Cría de ganado
- j. Compra y venta de artículos de cuero.

2. Complete las siguientes frases:

- a. Las empresas que tienen un solo propietario se denominan _____.
- b. Cuando varias personas aportan dinero, trabajo u otros bienes, para repartirse las utilidades que ellos produzcan, se constituye una _____.
- c. Las empresas creadas por decreto del gobierno y administradas por él para cumplir objetivos sociales, se denominan _____, a diferencia de las _____, que son creadas y administradas por particulares.

2 ESTRUCTURA EMPRESARIAL

OBJETIVO INTERMEDIO 2. Después de estudiar este tema, usted estará capacitado para explicar la naturaleza del organigrama e indicar los demás datos empresariales que debe conocer la recepcionista.

El funcionamiento de toda empresa se apoya en una adecuada estructura de organización. La noción de estructura está en íntima relación con los procesos de evolución de la empresa. Es necesario que todo ello esté regido por un orden y por reglas precisas. Será la única manera de que todo ese montaje se oriente para producir resultados positivos.

Por regla general, en los comienzos de cualquier negocio, un solo individuo asume todas las responsabilidades empresariales.

El desarrollo progresivo origina complicaciones comprensibles que requieren, poco a poco, un aumento de personal para cubrir las nuevas facetas.

Con el fin de alcanzar los objetivos predeterminados, la empresa se agrupa en unidades de trabajo de acuerdo con sus actividades.

Las secciones directivas pueden clasificarse en divisiones, oficinas, grupos, etc. A este proceso de clasificación se denomina departamentalización.

Existen varios modelos para la departamentalización en las empresas comerciales. Los más utilizados son los de agrupación por territorios, productos, tiempos y funciones.

Cuando la empresa llega a esta situación, se hace necesario establecer un organigrama, el cual muestra la estructura, los puestos de trabajo, las líneas de autoridad y responsabilidad y el

conducto regular de la empresa. El organigrama también da una idea general de las funciones de cada departamento o sección.

Para lograr un desempeño eficiente, es indispensable que la recepcionista conozca y analice el organigrama de la empresa, localizando en él su puesto de trabajo y observando la relación que tienen los demás puestos con el que ella ocupa.



En el organigrama anterior podemos analizar:

1. La estructura de la empresa: por la conformación de tres departamentos, la empresa está dedicada a la producción y venta de bienes o servicios y, además, tienen su propia organización contable.
2. Los puestos de trabajo: algunos puestos de trabajo muy definidos como el de recepcionista, vendedor, obrero y auxiliar de contabilidad.

En organigramas parciales (de cada departamento) se puede registrar hasta el número de personas por cargo o puesto de trabajo. Así, por ejemplo, puede graficarse un Jefe de Departamento, una secretaria, dos supervisores y quince vendedores.

3. Las líneas de autoridad y responsabilidad: son las líneas que unen las casillas y que indican hacia arriba más autoridad y responsabilidad.
4. El conducto regular: es el camino directo que se debe seguir en los trámites inter-

nos, conforme a las líneas jerárquicas. Así por ejemplo, un vendedor se entiende primero con el Jefe Inmediato respectivo y no con el Gerente o el Jefe de Producción.

Además de conocer y analizar el organigrama, usted como recepcionista debe conocer otra serie de informaciones sobre la empresa.

Le serán de mucha utilidad para desempeñar óptimamente sus funciones.

Datos empresariales necesarios para su labor de recepcionista.

1. Datos históricos. Referentes a la fundación y posterior desarrollo de la empresa.
2. Datos de organización. Relacionados con la estructura de la empresa (distribución de funciones, relación inter-departamental, sucursales, subsidiarias, entidades con las que de una u otra forma esté relacionada, etc.).

3. Información esencial.
En relación con la filosofía, objetivos y políticas de la organización.

4. Información técnica.
Vinculada fundamentalmente con:

- a. Paquete de servicios.
- b. Línea de productos.
- c. Datos acerca de las empresas competidoras y ubicación de las mismas en el mercado y con relación a su empresa.

5. Información sobre imagen empresarial.

Relacionada con:

- a. La imagen empresarial, propiamente dicha.
- b. Exitos notorios de desarrollo.
- c. Fallas notables.

6. Reglamentos y normas de trabajo.

RELACIONES DE LA EMPRESA

En la empresa existen dos clases de relaciones: Internas y Externas.

Internas

Son las relaciones que se establecen dentro de la empresa. Generalmente las dirige una sección o departamento llamado Relaciones Industriales.

En este Departamento se programa, se ejecuta y se controla todo lo relacionado con el aspecto laboral, social, cultural y humano del trabajador. Por ejemplo: selección y vinculación, afiliación a los Seguros Sociales y Cajas de Compensación, ascensos, estudio de méritos, capacitación del personal, seguridad en el trabajo, etc. Algunas veces se encarga de elaborar nóminas de pago; vela, además, por la estabilidad del trabajador y le ayuda a resolver problemas de orden personal como consecución de vivienda, préstamos y todo aquello que contribuya al bienestar del trabajador.

Estas funciones, en las empresas medianas y pequeñas, las realiza la Oficina de Personal y cuando no existe ésta, la Gerencia.

Externas

Toman el nombre de Relaciones Públicas. La empresa necesita proyectarse, es decir, dar a conocer los servicios que presta, su funcionamiento y su medio de acción, para lograr el éxito como empresa. Se vale, entonces, de las Relaciones Públicas, que consisten precisamente en presentar al público la mejor imagen de la empresa; para ello utiliza medios masivos e interpersonales.

a. Medios Masivos:

Consisten en mostrar la imagen de la empresa a través de los medios publicitarios, como el cine, la televisión, la prensa, afiches, folletos, etc. La empresa busca para esto las Agencias de Publicidad que son las especializadas y que cobran dicho servicio, a diferencia de la propaganda que no es cobrada, ya que la hacen las personas por medio de comentarios.

b. Medios Interpersonales:

Son las relaciones que establece la empresa a través de cualquiera de sus empleados

con el público, bien por medio de mensajes escritos, personales o telefónicos.

EJERCICIO

Coloque una X en el cuadrado cuando la afirmación sea verdadera.

1. Departamentalización es la distribución de la empresa por las diversas secciones del país.
2. El organigrama muestra los puestos de trabajo de una empresa y los nombres de quienes los ocupan.
3. El organigrama indica, entre otras cosas, las líneas de autoridad que existen en la empresa.
4. El número de puestos de trabajo de cada dependencia se registra en los organigramas parciales.
5. La Recepcionista debe conocer las políticas de la empresa.
6. Los datos de organización que debe conocer la recepcionista se refieren a la ubicación de

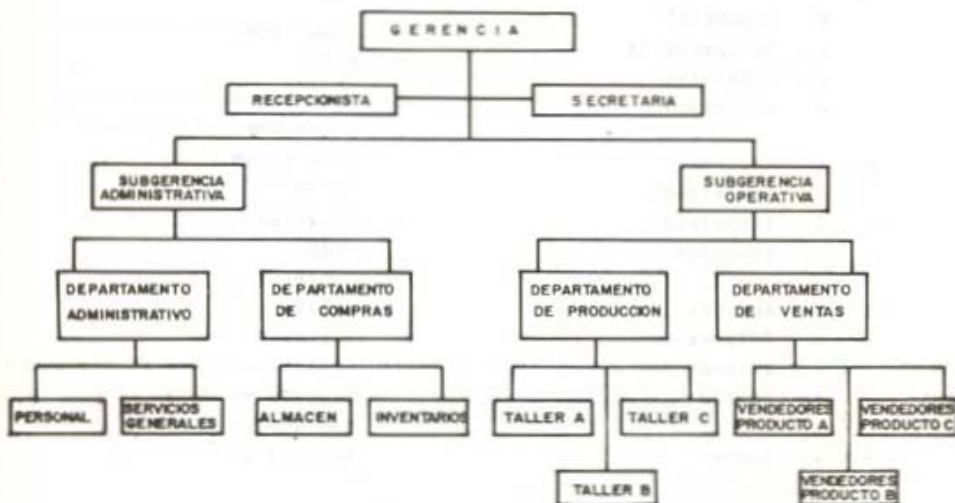
los enseres de oficina en los espacios físicos de la empresa.

7. La recepcionista debe conocer solamente la imagen positiva de su empresa. En lo posible debe evitar conocer las fallas notables.
8. Las Relaciones Públicas de la empresa se establecen exclusivamente a través de comunicaciones telefónicas o cara a cara.

PRUEBA FINAL

1. De acuerdo con la actividad a que se dedica, identifique el sector económico a que pertenece cada una de las siguientes empresas:
 - a. Fábrica de zapatos "El Nogal".
 - b. Supermercado "La Rebaja".
 - c. Hacienda Ganadera "El Halcón".
 - d. Droguerías "Salud y Vida".
 - e. Empresa Municipal de Teléfonos.
2. Según el número de propietarios, clasifique las siguientes empresas; escriba su respuesta frente a cada nombre.
 - a. Leonidas Lara e Hijos
 - b. Jaime Pérez - Agente de Aduana.
 - c. Estudios Fotográficos Raúl Acevedo.
 - d. Gómez y Galeano - Arquitectos Asociados.
3. Clasifique las siguientes empresas según la naturaleza de su constitución; escriba su respuesta al frente de cada nombre.
 - a. Empresa Municipal de Acueducto.
 - b. Fábrica de Aceites "La Resbalosa".
 - c. Industrias Metálicas "La Cometa".
 - d. Instituto Nacional de Bienestar Social.

4. Analice el siguiente organigrama y responda las preguntas que encontrará a continuación:



- ¿Cuántas personas dependen directamente del Gerente?
- ¿Cuántos Departamentos dependen de la Subgerencia Administrativa?
- ¿De qué Departamento dependen las personas que trabajan en el taller B?
- ¿Qué camino debe seguir una comunicación originada en la sección de inventarios para llegar a la Gerencia?
- ¿Por cuáles Dependencias responde directa o indirectamente la Subgerencia Operativa?

RESPUESTAS A LA PRUEBA FINAL

1. a. Industrial
b. Comercial
c. Agropecuaria
d. Comercial
e. Servicios
 2. a. Sociedad
b. Individual
c. Individual
d. Sociedad
 3. a. Pública
b. Privada
c. Privada
d. Pública
 4. a. Cuatro
- b. Dos
 - c. Departamento de Producción
 - d. Inventarios - Departamento de Compras - Subgerencia Administrativa - Gerencia.
 - e. Departamento de Producción.
Taller A
Taller B
Taller C
Departamento de Ventas
Vendedores producto A
Vendedores producto B
Vendedores producto C

BIBLIOGRAFIA

División de Comercio y Servicios, SENA. SERIE METODICA DE RECEPCION, 1968.

División de Comercio y Servicios, SENA. Recepción, GUIA PARA EL INSTRUCTOR, Documento 155 c.n.r. 1974.

División de Programación Didáctica, SENA. Recepción, UNIDADES AUTOFORMATIVAS, 1977.